

На правах рукописи



ЧЕХОЕВА Таира Сафонкаевна

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТОВ
“МУЖЧИНА” И “ЖЕНЩИНА”
В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ
(на материале афористики)**

10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Владикавказ 2009

Работа выполнена в ГОУ ВПО «Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л.Хетагурова»

Научный руководитель: доктор филологических наук профессор
Тамерьян Татьяна Юльевна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук профессор
Аликаев Рашид Султанович
кандидат филологических наук доцент
Ильин Дмитрий Юрьевич

Ведущая организация: Педагогический институт Южного
федерального университета

Защита состоится « 24 » декабря 2009 года в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д.212.076.05 по защите докторских и кандидатских диссертаций по филологическим наукам при ГОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова» (360004, КБР, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова» (360004, КБР, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173)

Автореферат разослан «20» ноября 2009 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000621258

Ученый секретарь
диссертационного совета

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Г.Е. Щербань'.

Г.Е. Щербань

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Мужская среда и деятельность мужчин формируют оболочку истории социума. В большинстве обществ мужчины воспринимаются и описываются по их общественному положению, роду занятий, социальным достижениям. С этим связано появление широко известного феномена андроцентризма - восприятия мира, в том числе и женского, через призму мужского сознания [Кон 1988: 189].

По мере того, как общественное и экономическое положение женщины усиливалось, снижались и андроцентрические тенденции.

В конце XX века гендерный вопрос стал одним из самых значимых в связи с изменением статусно-ролевой позиции женщины, что оказало несомненное влияние на трансформацию представлений об образе женщины и взаимодействии мужчин и женщин в современном мире.

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью дальнейшей разработки гендерных проблем, связанных с изучением базовых составляющих русской концептосферы. Динамическое исследование концептов "мужчина" и "женщина", репрезентированных в русской языковой картине мира, отражает современные представления носителей русской лингвокультуры на фоне гендерных представлений, транслируемых из поколения в поколение, способствует выявлению способов вербализации концептуального содержания установок культуры, отражающих результаты коллективного опыта в диахронии, что входит в сферу важнейших проблем современной гендерной лингвистики, лингвокультурологии и лингвоконцептологии.

Объектом исследования являются бинарные концепты "мужчина" и "женщина" в русской лингвокультуре. **Предметом** исследования выступает репрезентация данных концептов в русской языковой картине мира.

Гипотеза исследования. Концепты "мужчина" и "женщина" являются отражением представлений о мужчине и женщине как представителях русского лингвокультурного сообщества; динамика изменения стереотипов, эталонов, социально-статусных и статусно-ролевых позиций в обществе по отношению к мужчине и женщине, зафиксированная в русской ментальности, проявляется не только в национальной, но и в социально-культурной специфике репрезентации данных концептов.

Целью исследования является определение этноспецифики бинарных концептов "мужчина" и "женщина", выявление гендерных стереотипов и отражение динамики развития представлений о мужчине и женщине в русском языковом сознании. Для достижения поставленной цели ставятся следующие **задачи**:

- 1) установить роль афористики в формировании русской языковой картины мира;
- 2) уточнить понятие "афоризм": выявить его структурные, содержательные характеристики и разновидности;
- 3) выявить понятийные, образные и ценностные характеристики концептов "мужчина" и "женщина";
- 4) выявить и описать репрезентанты концептов "мужчина" и "женщина" на материале народных и авторских афоризмов;
- 5) проследить изменение гендерных стереотипов в русском языковом сознании;
- 6) описать динамику формирования концептов "мужчина" и "женщина" в русской лингвокультуре.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в том, что бинарные концепты “мужчина” и “женщина” впервые рассматриваются в русской лингвокультуре в диахроническом ракурсе; на материале афористики выявляются понятийные, образные и ценностные признаки концептов “мужчина” и “женщина”; прослеживается изменение гендерных стереотипов в русском языковом сознании.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что оно вносит вклад в развитие лингвокультурологии, лингвоконцептологии и гендерной лингвистики, уточняя характеристики и особенности бинарных гендерных концептов “мужчина” и “женщина”.

Практическая ценность диссертации определяется возможностью использования ее материала при разработке лекционных курсов и спецкурсов по гендерной лингвистике, лингвоконцептологии и лингвокультурологии.

Материалом для исследования послужили народные и авторские афоризмы, извлеченные методом сплошной выборки из сборников пословиц и поговорок и афоризмов: «Пословицы русского народа» В.И. Даля в 2-х томах; «Русские пословицы и поговорки» В.П. Аникина; «Женщина в пословицах и поговорках народов мира: Любовь. Красота. Супружество. Дети. Разноцветье» Э.А. Гейвандова; «Формула русской души» И.И. Комаровой; «Антология мудрости» В.Ю. Шойхера; «Мужчины и женщины, или как понять противоположный пол: афоризмы и мысли выдающихся людей» В.Н. Зубкова; «Афоризмы о любви. Мужчина и женщина» С.Б. Барсова; «Мудрость тысячелетий. Энциклопедия» В. Балязина; «Великие мысли великих людей. Антология афоризма» И.И. Комаровой и А.П. Кондрашова и др. Также использован «Словарь живого великорусского языка» В.И. Даля. Количество проанализированных афоризмов, апеллирующих к гендерным концептам “мужчина” и “женщина” составляет 3832 единицы, из них 2338 – народные афоризмы, 1494 – авторские афоризмы.

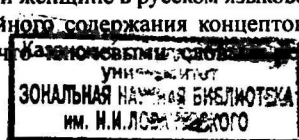
В работе были использованы следующие **методы**: семантико-когнитивный, концептуальный, этимологический, контрастивно-гендерный, контрастивно-социолингвистический и контекстуальный виды анализа, когнитивная интерпретация, синхронно-диахронное исследование.

Методологическая база. Основой исследования послужили труды и идеи ученых в следующих областях лингвистического знания: когнитивной лингвистики (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Е.С. Кубрякова, И.А. Стернин), лингвоконцептологии и лингвокультурологии (С.Г. Воркачев, В.В. Колесов, В.И. Карасик, Ю.С. Степанов), гендерных исследований (А.В. Кирилина, Р. Лакофф, И.П. Халеева), теории текста (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, Г.Л. Пермяков, Л.И. Сокольская, Н.Т. Федоренко).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Афоризмы, объективирующие концепты “мужчина” и “женщина”, содержат в краткой и сжатой форме ценностную информацию, отражающую стереотипные представления о мужчине и женщине в русском языковом сознании.

2. При исследовании понятийного содержания концептов “мужчина” и “женщина” было установлено, что каноническими, базовыми презентантами



данных концептов являются культурно маркированные номинации *мужик* и *баба* (на материале народных афоризмов) и имена концептов *мужчина* и *женщина* (на материале авторских афоризмов).

Центр ядерной зоны номинативного поля концептов “мужчина” и “женщина” представлен номинацией *жена* и личными именами, вербализующими концепт “мужчина” и именами концептов - *мужчина* и *женщина*.

3. Образная составляющая концептов “мужчина” и “женщина” представлена когнитивными метафорами. На материале народных и авторских афоризмов в структуре концепта “мужчина” выделено 19 видов когнитивных метафор, в структуре концепта “женщина” - 35 видов когнитивных метафор. Наиболее распространенным способом метафоризации концепта “мужчина” является анималистическая метафора, свидетельствующая о существовании тесной связи между человеком и живой природой, концепта “женщина” - анималистическая и мифологическая метафоры.

Когнитивные модели, имеющие структуру «Мужчина - это Y» и «Женщина - это X», актуализируют широкий спектр характеристик мужчины и женщины (физических, физиологических, эмоционально-психологических и статусно-ролевых характеристик) и служат созданию национально-культурных образов.

4. На оценочном уровне гендерные концепты “мужчина” и “женщина” в русской афористике представляют собой аксиологически полярные концепты.

Аксиологические характеристики образов мужчины и женщины были выявлены на основе концептосоставляющих пластов, описывающих природно-физические (особенности внешности, возрастные характеристики), эмоционально-психологические (черты характера, интеллектуальные способности, взаимоотношения между мужчиной и женщиной) и статусно-ролевые характеристики (поведенческие характеристики, внутрисемейные отношения, родственные отношения, социальное положение, сферы социальной значимой деятельности, имущественное состояние).

5. Выявлена динамика развития общекультурных представлений о мужчине и женщине в русской лингвокультуре: 1. Если в народных афоризмах мужчина (*мужик*) предстает как муж, глава семьи и рачительный хозяин, то мужчина в авторских афоризмах – это представитель творческой интеллигенции, политический деятель, бизнесмен, человек с активной жизненной позицией. Мужчина раскрывается во взаимоотношениях с женщиной в любовной сфере, которая приобретает для него особую значимость. Мужчина для женщины – это друг, партнер, любовник. Сложился тип мужчины-интеллигента, мужчины-политика, мужчины-бизнесмена. 2. Если женщина (*баба*) в народных афоризмах, в первую очередь жена, имеющая подчиненное положение в семье, и хозяйка, ведущая дом, то в авторских афоризмах женщина – это равноправный член общества, занимающаяся общественной деятельностью, политикой. Женщина для мужчины – это любовница, муза, жена. Сложился тип деловой женщины, женщины-политика, одинокой женщины.

6. Выявлены стереотипные представления о мужчине и женщине в русской лингвокультуре. По материалам народных афоризмов русский мужик –

ленив, но хозяйственен, строгий муж (бьет жену), защитник; русская баба – это болтливая, глупая женщина, злая и скандальная жена, но хорошая хозяйка. По материалам авторских афоризмов русский мужчина – это интеллеktуал, ловелас, завоеватель (женщин), двигатель прогресса; русская женщина – эмоциональна, глупа, расчетлива, но источник мужского вдохновения.

Апробация. Основное содержание диссертации докладывалось на международных и региональных конференциях: II Международная научная конференция «Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов» (Волгоград, 2007), XI Международная научная практическая конференция «Коммуникативная парадигма в гуманитарных науках» (Ростов/н/Д, 2007), Международная научно-практическая конференция «Мир, язык, человек» (Владимир, 2008), научно-практическая конференция «Лингвистические чтения – 2008» (Пермь, 2008), IX межвузовская научно-практическая конференция «Человек, государство, общество: традиционные проблемы и новые аспекты» (Владикавказ, 2007). По материалам исследования опубликовано 11 научных публикаций общим объемом 3,1 п.л., в том числе одна статья в журнале из списка ВАК.

Структура диссертации. Работа состоит из введения, трех глав и заключения, списка использованной литературы, состоящей из перечня словарей и источников (220 наименований), а также приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Теоретические основы исследования концептов “мужчина” и “женщина”» анализируются работы, посвященные исследованию языкового гендера, культурного концепта и уточняется понятие “афоризм”.

Гендерные исследования являются междисциплинарной областью гуманитарных знаний. Основой категориального аппарата гендерных исследований является понятие “гендер”, социокультурный пол. Понятие “гендер” обосновывает психологические, социальные и культурные особенности мужчин и женщин, в отличие от биологического пола, выявляющего физические и телесные различия между мужчиной и женщиной. Гендерными исследованиями в языке занимается гендерная лингвистика, изучающая вербальное поведение мужчин и женщин, исследующая маскулинность и фемининность, проводящая кросскультурные лингвокультурологические исследования, психолингвистическое изучение пола, гендерных субкультур, а также выявляющая гендерную асимметрию в языке путем анализа языковых единиц. Гендерная асимметрия или языковой сексизм в языке заключается в ориентации языка на мужскую картину мира. В отечественной лингвистике гендерными исследованиями занимаются А.В. Кирилина, Е.И. Горошко, И.П. Халеева и др.

В настоящее время актуальным является исследование концептов с позиций лингвокультурной концептологии (А.П. Бабушкин, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Н.В. Раппопорт, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов и др.). В структуре культурного концепта как многомерного смыслового образования выделяются понятийная, образная и ценностная составляющие. Содержание

культурного концепта включает большой объем информации национально-культурного характера, зависящей как от системы эталонов, стереотипов, ценностных доминант, существующих в данном обществе, так и от особенностей определенного исторического периода. Содержание концепта в языковом сознании различных народов не совпадает, понимание и интерпретация концепта могут меняться с течением времени. Таким образом, культурный концепт является сложным ментальным образованием, включающим, помимо смыслового содержания, также и оценку, то есть отношение человека к тому или иному отражаемому объекту.

Афоризмы служат средством постижения системы миропонимания и мироотношения народа. Они относятся к уникальным объектам языка и культуры благодаря своей способности сохранять на протяжении долгого времени социально значимую информацию, сведения о мировидении народа. Афоризмы отражают духовные ценности народа, его мудрость и многовековую историю, являясь вместилищем общего опыта, отражающего национальную специфику.

Афоризмы являются средством передачи как универсальной, так и национальной картин мира, раскрывая их ценностное содержание и выделяя оценочные стереотипы. Афоризмы служат ценным лингвокультурным источником, репрезентирующим как древнюю, так и современную картины мира, благодаря которым можно изучить содержание и структуру концептов, а значит, сформировать более полное представление о национальной картине мира.

Как народные, так и авторские афоризмы отражают объективную реальность и приписывают этой реальности оценочную шкалу с полярными понятиями хорошо-плохо, нравственно-безнравственно, приемлемо-неприемлемо. По своему содержанию афоризмы отражают жизненные закономерности, передают сентенции, нравоучения, определенные рекомендации.

Термины “народный афоризм” и “пословицное изречение” употребляются синонимично. По мнению В.И. Даля, пословицное изречение отличается от пословицы тем, что не имеет переносного смысла. Мы разделяем точку зрения Г.Л. Пермякова, который полагает, что пословицное изречение является народным афоризмом или просто афоризмом, аргументируя это тем, что слово “афоризм” в переводе обозначает изречение, не обязательно книжное.

Афоризм подробно описан с позиций литературоведения как литературный жанр. Как лингвистическая единица он изучен недостаточно – до сих пор не существует единого подхода к определению этого термина. Выявление основных характеристик афоризма осуществляется на основе комплекса облигаторных и факультативных параметров: 1) источники распространения афоризма; 2) наличие/отсутствие автора; 3) степень выраженности субъективного/объективного авторского отношения к действительности в афоризмах; 4) внешняя структура афоризма; 5) содержание афоризма; 6) значение афоризма; 7) смысловая структура афоризма; 8) массовая воспроизводимость/невоспроизводимость.

По источнику распространения афоризмы подразделяются на жанровые, извлеченные из текстов-источников, устные, народные; по наличию/

отсутствию автора – на авторские, анонимные и народные; по степени выраженности авторского отношения – на афоризмы объективного типа (объективная оценка совпадает с субъективной авторской: информация совместима с целостным мировоззрением общества) и афоризмы субъективного типа (выражают индивидуально-авторскую точку зрения, превалирующую над объективной, не совпадающей с общественной); по своему содержанию, отражающему жизненные закономерности, – на сентенции, нравоучения, определенные рекомендации; по воспроизводимости/невоспроизводимости – на языковые (массовые) и речевые (индивидуальные). В структурном плане афоризмов прослеживается тенденция к ритмической упорядоченности, они являются замкнутыми краткооформленными высказываниями (до 6-7 предложений), могут воспроизводиться/не воспроизводиться в дискурсе. В смысловое содержание афоризма возможно включение имплицитной информации. В значении афоризма выявляются обобщенный и прямой аспекты значения. Образность в афоризме является факультативным моментом и проявляется на уровне отдельно взятых его компонентов.

Вторая глава «Понятийное содержание концептов “мужчина” и “женщина” в русской лингвокультуре» посвящена выявлению понятийного содержания данных концептов на основе анализа номинативного поля на материале народных и авторских афоризмов: устанавливаются лингвистические средства актуализации исследуемых концептов в народных (НА) и авторских (АА) афоризмах, анализируется их номинативная плотность, проводится классификация гендерных номинаций по лексико-семантическим группам (ЛСГ), проводится этимологический анализ ключевых гендерных репрезентантов, выявляются синонимические отношения внутри ЛСГ.

На материале НА и АА было выявлено 5036 (100%) номинаций концептов “мужчина” и “женщина” в русской лингвокультуре. Отмечен значительный количественный сдвиг в сторону номинаций, актуализирующих исследуемые концепты на материале НА (3153 - 62,7%) по сравнению с АА (1883 - 37,3%). Статистический анализ показал гендерный сдвиг в сторону номинаций лиц мужского пола в НА (1867 - 59,2%) по сравнению с женскими номинациями (1286 - 40,8%). Противоположная ситуация наблюдается в авторских афоризмах, где превалируют женские номинации (1040 - 55,2%), по сравнению с мужскими (843 - 44,8%). Номинативное поле (5036 - 100%) данных концептов на материале НА и АА представлено, преимущественно, однословными номинациями (4317 - 86%), неоднословными номинациями (110 - 2,2%), а также образными номинациями (478 - 9,5%) и имплицитными номинациями (131 - 2,3%).

Этимологический анализ ключевых лексем с гендерным компонентом подтвердил, что они носят индоевропейский характер или имеют общеславянское происхождение, восходящее к индоевропейской основе. Этимологически общее значение «рождать» (*guen, tek, seu*) отмечено у слов *жена, женщина, жених, тесть, теща, сын* и значение «свой» (*sue*) – у слов *сестра, сваха, свекровь*. Происхождение некоторых лексем остается неопределенным, поэтому отмечается несколько вариантов их происхождения (*невеста, кум, кума, парень, зять*).

В НА ключевыми словами-репрезентантами исследуемых концептов являются культурно маркированные номинации *мужик* и *баба*, актуализирующие сему «социальное положение» (мужик и баба – представители низшего, крестьянского сословия). 95% (2993) номинаций в НА представляют людей низшего сословия, 5% (160) – высшего и среднего сословия, церковнослужителей. Таким образом, на материале НА отмечена замена имен концептов *мужчина* и *женщина* номинациями *мужик* и *баба*. Употребление имени концепта *мужчина* в НА не зафиксировано, имя концепта *женщина* встречается только три раза. В АА ключевыми словами-репрезентантами исследуемых концептов являются имена концептов *мужчина* и *женщина*, не имеющие в своем составе сему «социальное положение». Номинации *мужик* (4 - менее 1%) и *баба* (13 - 1,2%) в АА входят в периферийную зону и имеют в современном русском языке пейоративный оттенок значения.

Структура номинативного поля концептов “мужчина” и “женщина” на основе частотных характеристик подразделяется на центр ядерной зоны, ядерную, периферийную и отдаленную периферийную зоны. В центр ядерной зоны входят: на материале НА - номинация *жена* (288 - 22,7%) и личные имена (332 - 17,7%), актуализирующие концепт “мужчина”; на материале АА – имена концептов *мужчина* (304 - 36,2%) и *женщина* (592 - 56,9%). Ядерная зона представлена на материале НА номинациями *муж* (235 - 12,5%), *дурак* (103-5,5%), *поп* (76 - 4,06%), *мужик* (71 - 3,7%), *солдат* (65 - 3,46%); *баба* (101 - 7,8%), *мать* (74-5,7%), *девушка/девка/девица* (110-8,5%) и личными именами (96 - 7,4%), актуализирующими концепт “женщина”. Ядерная зона на материале АА представлена только одной номинацией – *жена* (99 - 9,5%); между центром ядра и ядерной зоной наблюдается значительный количественный разрыв. Ядерная зона концепта “мужчина” в АА отсутствует.

В народных афоризмах преобладают широко распространенные в русской лингвокультуре христианские имена в их неканоническом повседневном варианте, как в полной (*Авдотья, Аксинья, Арина, Акулина, Гаврило, Иван* и др.), так и в сокращенной, разговорно-обиходной формах (*Акуля, Проня, Настя, Устя, Феня, Маша, Ховра, Афоня, Егор, Емеля, Захар, Инат, Клим, Федос, Филя, Флор* и др.); в авторских – прецедентные имена (*Екатерина II, Петр I, Распутин* и др.). В народных афоризмах личные имена преимущественно употребляются в обобщающем значении (415 - 97%) (напр.: *У всякого Федорки свои отговорки; Всяк Аксен про себя умен*), а также в индивидуализирующем значении (13 - 3%) (напр.: *Маремьяна – старица – на весь мир печальница*). В обобщающем значении они обозначают мужика/бабу (напр.: *У всякого Павла своя правда; Каждая Аленка хвалит свою буренку*), мужа/жену (напр.: *Худ мой Устим, да лучше с ним; Не у всякого жена Марья, кому бог даст*), мужа и жену, в сочетании с мужским и женским ЛИИ (напр.: *Иван в дуду играет, а Марья с голоду умирает; Живут рука в руку, душа в душу, Флор Флорихе не думает лиха*), парня/девушку (напр.: *Были денежки – любил Сеню девушки, а не стало денежек – забыли Сеню девушки; Девушка Гагула села пряхать да заснула*), жениха/невесту (напр.: *Женился Тарас, не спросился у нас; Дело сделали – Маланью замуж выдали*), жениха и невесту

в сочетании с мужским и женским ЛИ (напр.: *Не тужила, не плакала – пошла Марфа за Якова; На каждого Макара найдется своя Хавронья*), хозяйина/хозяйку (напр.: *Каков Дема, таково у него и дама; Какова Маланья, таковы у ней и олады*), сына/дочь (напр.: *Наш Антон не тужит о том: мать умирает, а он со смеху помирает; Хороша дочка (дочь) Аннушка, когда (коли) хвалит мать да бабушка*), деда/бабушку (напр.: *Дед Мосей любит рыбку без костей; Не кланяюсь бабушке Варваре – свое есть в кармане*), мать (напр.: *Княжне – княгиня, кошке – котя, а Катерине свое дитя (милее)*).

В авторских афоризмах личные имена входят в периферию (65 - 3,4%), являются преимущественно прецедентными (62 - 95,4%) и употребляются как в индивидуализирующем значении (30 - 46,2%) (напр.: *Екатерина II была не столько умной женщиной, сколько гениальным мужчиной. А. Тютчева; Общество наше понимает только влюбленность, какую-то любовную лихорадку, в которой человек беснуется и делает такие же пошлости, какие предпринимал добрый рыцарь Дон-Кихот в горах Сьерры-Морены. Д. Писарев*), так и в символическом (24 - 36,9%) (напр.: *У каждой Анны свой Вронский, но не у каждой свой Лев Толстой. Л. Жуховицкий; Когда переводится Дон-Кихоты, пускаясь закроется книга Историй. В ней нечего будет читать. И. Тургенев*). Также возможен переход прецедентных имен в имена нарицательные (8 - 13,3%) (напр.: *Джентльмен привлекает даму своими достоинствами, а донжуан – своими пороками. К. Мелихан*). Только три женских личных имени (4,6%) употребляются в авторских афоризмах в обобщающем значении (напр.: *Не для какой-нибудь Анюты/Из тушек делаются салюты. К. Прутков; Здоровый и здоровый человек лепит Венеру Милосскую из своей Акулины и не видит в Венере Милосской ничего более своей Акулины. В. Ключевский; Ах, Маланья! Как мы часто любим/Недостойное вниманья! К. Прутков*).

Номинации, объективирующие концепты “мужчина” и “женщина”, вступают между собой в синонимические отношения, раскрывающиеся на основе следующих параметров: семейное положение, возраст, родственные отношения, отношения женщины к мужчине в любовной сфере, статусное положение, черты характера, поведение, умственные способности. В НА выявлены: стилистическая разнорегистровая дифференциация лексем, контекстуальные синонимы. В АА отмечено употребление гиперонимов в качестве синонимов, именующих мужчину, употребление синонимов с нейтральным компонентом значения, употребление синонимов-словосочетаний, употребление синонимов в переносном значении.

Номинативное поле концептов “мужчина” и “женщина” в НА и АА категоризовано в следующих ЛСГ, актуализирующих: семейное положение, сословное положение, отношения кровного родства, отношения некровного родства, возрастные характеристики, внешние характеристики, умственные способности, особенности поведения, род деятельности, черты характера, имущественное состояние, отношение женщины к мужчине в любовной сфере, взаимоотношения с лицами мужского пола. Лексемы с гендерным компонентом могут входить в несколько ЛСГ. На материале НА наибольшее количество номинаций, актуализирующих мужчину и женщину, зафиксировано в

ЛСГ «именования мужчин и женщин по семейному положению» – концепт “мужчина” – 348 номинаций (24,5%), концепт “женщина” – 503 номинации (38,4%); на материале АА – при номинации женщин, является ЛСГ «именования женщин по семейному положению» (133 номинации – 53,2%), при номинации мужчин – ЛСГ «именования мужчин по роду деятельности» (134 номинации – 34,3%).

В третьей главе «Образная и ценностная составляющие концептов “мужчина” и “женщина” в русской лингвокультуре» рассматриваются особенности образного и ценностного компонентов исследуемых концептов, описываются стереотипные представления о мужчине и женщине в русской культуре на материале народных и авторских афоризмов.

Отмечено значительное преобладание высказываний, вербализирующих концепты “мужчина” и “женщина” на материале НА (2338 - 61%), по сравнению с АА (1494 - 39%). На материале НА отмечена гендерная асимметрия в сторону количественного преобладания пословичных изречений о мужчинах (1524 - 65,2%), по сравнению с изречениями о женщинах (814 - 34,8%). На материале АА наблюдается противоположная тенденция: 641 (43%) изречение о мужчинах, 853 (57%) изречения о женщинах. На материале НА гендерная асимметрия в сторону преобладания высказываний о мужчинах объясняется главенствующей ролью мужчин в обществе и семье. На материале АА гендерная асимметрия в сторону преобладания высказываний о женщинах объясняется повышением социального и семейного статуса женщин, усилением влияния женщин на мужчин в различных сферах деятельности и личностных отношениях.

В народных афоризмах раскрывается преимущественно бытовая картина жизни низшего сословия дореволюционной России. Мужчина (1524) и женщина (814) в НА – это, прежде всего, представители крестьянского сословия, простолюдины (концепт “мужчина” – 1379 - 90,5%; концепт “женщина” – 801 - 98,4%). Мужчины и женщины, представители высшего и среднего сословия, церковнослужители в НА фигурируют редко (концепт “мужчина” – 145 - 9,5%; концепт “женщина” – 13 - 1,6%). На базе частотных данных были выделены на материале НА субконцепты: “мужик” (604), “муж” (351), “молодец/жених” (164), “отец” (41); “жена” (343), “баба” (164), “девица/невеста” (155), “мать” (66). Статистический анализ выявил значительное преобладание в НА высказываний о мужике и жене.

Концепты “мужчина” и “женщина” на материале авторских афоризмов представлены в значительной степени высказываниями о мужчине (550 - 85,8%) и женщине (746 - 87,7%) как представителях противоположных полов. Афоризмы о муже, отце, сыне малочисленны (91 - 14,2%), также как афоризмы о жене, невесте, матери (107 - 12,3%), поэтому их образы не рассматриваются в рамках отдельных субконцептов. В АА социальная принадлежность мужчины и женщины не актуализируется, преобладает акцентация тех характеристик мужчин и женщин, которые выделяют их как представителей противоположных полов во взаимоотношениях в любовной сфере.

Исследование образной составляющей концептов “мужчина” и “женщина” осуществлялось на основе анализа когнитивных метафор. По материалам народных и авторских афоризмов количество высказываний, содержащих когнитивную метафору, не является многочисленным (455 - 12% от общего количества высказываний): по материалам НА – 304 (67%), по материалам АА – 151 (33%). Образ женщины как лучшей половины человечества метафоризируется значительно чаще по сравнению с образом мужчины. Так, по данным НА и АА, отмечена гендерная асимметрия в сторону преобладания высказываний, метафоризирующих образ женщины (305 - 192 НА, 113 АА), по сравнению с высказываниями, метафоризирующими образ мужчины (150 - 112 НА, 38 АА).

Когнитивные метафоры дифференцированы на когнитивные виды, внутри которых подразделяются когнитивные модели. На материале НА и АА в структуре концепта “мужчина” выделено 19 видов когнитивных метафор (НА – всего 12; АА – всего 16). Девять видов когнитивных метафор являются общими для НА и АА – анималистическая, социально-статусная, соматическая, мифологическая, профессиональная, предметная, природная, ботаническая, военная; антропоцентрическая, гастрономическая, коммерческая метафоры выявлены на материале НА; литературоведческая, гендерная, орудийная, физическая, психологическая, этническая, политическая метафоры выявлены на материале АА.

Наиболее распространенным способом метафоризации концепта “мужчина” в НА и АА является анималистическая метафора, свидетельствующая о существовании тесной связи между человеком и живой природой, с наиболее типичной моделью «мужчина – это животное» (напр.: *Без жены, что без кошки, а без мужа, что без собаки (т.е. некому оберегать); И любовь зла, и козел зал.* В.Зудов).

На материале НА и АА в структуре концепта “женщина” выделено 35 видов когнитивных метафор (НА – всего 22; АА – всего 29). Шестнадцать видов когнитивных метафор являются общими для НА и АА – природная, анималистическая, ботаническая, предметная, гастрономическая, мифологическая, орудийная, социально-статусная, коммерческая, психологическая, эмоциональная, соматическая, антропоцентрическая, морально-этическая, инструментальная, библейская; кумулятивно-локутивная, протекционная, негативно-эвентийная, людическая, деструктивная, ментальная метафоры выявлены на материале НА; профессиональная, военная, статусно-ролевая, когнитивно-людическая, литературоведческая, календарная, финансовая, книжная, музыкальная, каузальная, сервисная, пространственная, охотничья метафоры выявлены на материале АА.

Наиболее распространенным способом метафоризации концепта “женщина” в НА является анималистическая метафора с наиболее типичными моделями «женщина – это животное» и «женщина – это птица» (напр.: *Будь жена хоть коза, лишь бы золотые рога; Злая жена – та же змея; В девках курочка – в бабах дурочка; Жена, что лебедь-птица, вывела детей станицу (вереницу); Чужая жена – лебедушка, а своя – полынь горькая*); в АА – мифоло-

гическая метафора с полярными образами (напр.: *Женщина – ангел-хранитель мужчины на всех ступенях его жизни*. В. Белинский; *Женщина хотя и не поэт сама, но Муза*. И. Ефремов; ...*Как демон коварна и зла*. М. Лермонтов).

Когнитивные модели имеют структуру «Мужчина – это Y» и «Женщина – это X». Анализ структуры когнитивных моделей на материале НА и АА обнаружил: варьированность второго элемента модели и его синонимическую заменяемость (*козел, осел, баран; черт, бес, сатана; яблочко наливчатое, красная ягодка*); наличие разных моделей, имеющих одинаковое значение (*“муж и жена – одна сатана”* и *“муж и жена – мука с водой”*); наличие моделей, имеющих полярные значения второго элемента модели (*бес – ангел; сатана – ангел; конь – жаба; орел – пене́к*); наличие моделей, имеющих двойную референцию второго элемента модели (*товар, жаба, сирота, бес, сатана, сердце, нервная система*); наличие моделей, имеющих оппозиционные значения второго элемента модели, относящиеся к одному и тому же референту (*метла – бережливая/небережливая хозяйка*); полисемантическую второго элемента модели в пределах одной модели (*сокол* обозначает “смелость” и “бедность”; *орел* – “мужественность” и “красивый внешний вид”; *жаба* – “непривлекательную внешность” и “черты характера”; *курица* – “низкие умственные способности” и “черты характера”; *лебедь* – “плодовитость” и “привлекательную внешность”); наличие моделей, где второй элемент модели олицетворяет мужское/женское начало (мужское начало – *конь, кот, сокол, орел, икряный карась*; женское начало – *курица, наседка, клушка, гусыня, лебедь, пав, голубка, душа*); наличие двухкомпонентных оппозиционных моделей в пределах одного афоризма, сопоставляющиеся по принципу “мужское/женское” (*собака/кошка; петух/курица*). Когнитивные модели используются для широкого спектра характеристик мужчины и женщины (физических, физиологических, эмоционально-психологических и статусно-ролевых характеристик) и служат созданию их положительного/отрицательного образов. В НА преобладают когнитивные модели, актуализирующие семейно-родственные отношения, в АА – любовную сферу, где мужчина предстает как завоеватель, а женщина как трофей.

Анализ ценностной составляющей концептов “мужчина” и “женщина” осуществлялся на базе выделенных концептосоставляющих пластов (КСП), актуализирующих природно-физические (особенности внешности, возрастные особенности), эмоционально-психологические (черты характера, умственные способности, взаимоотношения между мужчиной и женщиной) и статусно-ролевые характеристики (поведенческие характеристики, внутрисемейные отношения, родственные отношения, социальное положение, сферы социально значимой деятельности, имущественные характеристики). Если по материалам НА ценностная характеристика может осуществляться от лица мужчины или женщины, или от лица смешанной гендерной группы, то в авторских афоризмах гендерная асимметрия проявляется в преобладании высказываний от лица мужчин.

Была отмечена полярная оценочность аксиологических характеристик концепта “мужчина” на материале НА: ум – глупость, щедрость – скупость,

смелость – трусость, доброта – злобность, благородство – подлость, хозяйственность – нехозяйственность, трудолюбие – лень (напр.: *У скупого рубль плачет, а у щедрого и полушка скачет; Лучшие с умным потерять, чем с глупым найти*). В образе мужчины преобладают негативные характеристики – лживость, спесивость, упрямство, агрессивность, робость, бесхарактерность, хитрость, коварство, любопытство (напр.: *Пустобрех наврет за трех – за Дарью, за Марью, и за сваху Пелагею; Спесивому хвала лучше дара; У упрямого на голове хоть кол теши*).

Небольшое количество афоризмов о внешности и возрасте мужчины докзывает незначимость данных характеристик. Значение придается не привлекательной внешности мужчины, а умственным способностям, душевным качествам, практическим навыкам, физической силе (напр.: *Мужичок неказист, да в плечах харчист; Крепок телом – богат и делом; Мужик-то сер, а ум-то у него не волк (не черт) съел; Некрасив лицом, да хорош умом; Не тот хорош, кто лицом пригож, а кто на дело гош; Не гляди на чуб, гляди на душу*). Возрастные характеристики оцениваются неоднозначно: молодой/старый мужчина оценивается полярно и в зависимости от черт характера, практических навыков и умственных способностей: молодой – несдружливый; старый – неревнивый, умный, хозяйственный (напр.: *Стар муж, так удушлив; молод, так не сдружлив; Любит жена и старого мужа, коли не ревнив; Стар да умен – два угоды в нем; Стар годами, да молод умом; Иной седой стоит кудрявчика; Стар, да семью кормит*).

По данным НА, значимыми являются поведение мужика/мужа в хозяйственно-бытовой деятельности. Выявлены полярные характеристики мужика/мужа: хозяйственный/нехозяйственный, ленивый/трудолюбивый (напр.: *За добрым мужем, как за городом, за худым мужем и огородбица нет; Муж – дому строитель, нищете отгонитель; Мужик добрый не проказник, работает и на праздник*). Оценка положительного/отрицательного образа мужа в НА осуществляется в соответствии с принципами «Домостроя» (напр.: *Жена пряди рубашку, а муж тьяни гуж; Муж молоти пшеницу, а жена пеки паляницы (т.е. хлеб)*).

По материалам НА, муж и жена воспринимаются как единое целое (напр.: *Жена да муж – змея да уж (т.е. одна порода, заодно); Муж да жена – одна душа; Муж да жена – одна сатана; Жить вместе и умереть вместе*), как постоянные спутники жизни (напр.: *Муж не башмак, с ноги не скинешь; Жена не рукавица – за пояс не заткнешь, с белой ручки не стряхнешь*). Маркируется потребность мужчины и женщины друг в друге (напр.: *Мужик без жены, что гусь без воды; Без мужа жена – всегда сирота (кругом сирота); Без жены как без шапки. Без мужа, что без головы; без жены, что без ума*).

Во взаимоотношениях между мужем и женой наблюдается полярное отношение друг к другу – позитивное и негативное (напр.: *У милостивого мужа жена всегда досука; В людях Илья, а дама свинья; В людях ангел, не жена; дама с мужем – сатана*). Как норма определяется главенствующее положение мужа по отношению к жене (напр.: *Не петь куре петухам, не владеть бабе мужиком; Муж в дому, что глава (что крест) на церкви*); подчиненное

положение мужа по отношению к жене воспринимается как отклонение от нормы (напр.: *Не муж в мужьях, кем жена владеет; не работа в работах под женками воз возити; Худо мужу таму, у которого жена булыжная в дому*).

Аксиологические признаки концепта “мужчина” на материале АА также имеют полярную оценочность: храбрость – трусость, жестокость, свирепость – слабохарактерность (напр.: *Храбрость сердца доказывается в час сражения, а неустрашимость души во всех испытаниях, во всех положениях жизни...* Д. Фонвизин; *-Скажи мне, что в мире презренней всего?/-Дрожащий трусливый мужчина!*.. Р. Гамзатов). В образе мужчины преобладают негативные черты характера – эгоизм, лень, лицемерие, лесть, занудство (напр.: *Влюбленный в себя не может быть способным на подлинную любовь. Эгоизм – это страшный порок, отравляющий любовь. Если ты эгоист, лучше не создавай семьи*. А. Сухомлинский), чем позитивные – благородство, рыцарство, храбрость (напр.: *Когда переведутся Дон-Кихоты, пускай закроется книга Истории. В ней нечего будет читать*. И. Тургенев). Ценится мужской интеллект (напр.: *В мужчине ум – решающая ценность/И сила – чтоб играла и кипела./А в женщине пленяет нас душевность/И многие другие части тела*. И. Губерман; *Дай бог и горе терпеть, да с умным человеком!* Н. Долгорукова). При сравнении умственных способностей мужчин и женщин, мужской интеллект признается более высоким (напр.: *У мужчин свет разума, у женщин тьма ума*. С. Хижина; *Интеллект – это то, чем Бог награждает мужчину и наказывает женщину*. С. Хижина).

Незначимым, по данным АА, является внешность мужчины (напр.: *Чем более красив мужчина, тем менее он надежен как муж и отец*. М. Горький; *Красивыми мужчинами женщины любят, умных обожают, в добрых влюбляются, смелых боятся, но выходят замуж охотно только за сильных*. В. Ключевский). Юный, молодой и пожилой возрасты мужчины ассоциируются соответственно с психологическими, физиологическими и интеллектуальными аспектами (напр.: *Юношеский пессимизм – это настоящая болезнь молодости*. И. Мечников; *В молодости мужчина хочет секса, а женщина любви...* К. Мелихан; *Да, это одно из великих искусств быть прекрасным стариком, и, может быть, ни в чем так полно человечество не выражается, как в мудром старце...* А. Луначарский).

В АА преобладают высказывания, описывающие взаимоотношения между мужчиной и женщиной в любовной сфере, где актуализируются его поведение в любовной сфере, мужские предпочтения в любовной сфере, особенности мужской любви. В любовных отношениях по данным АА нормой считается доминирующее поведение мужчины. Мужчина выступает как активная личность (напр.: *Мужчины в любви ведут себя как завоеватели. Большинство из них, взяв осадой или штурмом крепость, обнаруживают, что они обманулись в своих ожиданиях, что трофеи не представляют никакой ценности*. В. Зубков). Выявлено полярное отношение мужчины к женщине, – с одной стороны, утилитарное (напр.: *Женщина есть служба жизнеобеспечения мужчины*. И. Мельникова; *Логической мысли забавная нить/Столетия вьется повсюду;/ Поскольку мужчина не может родить,/То женщина моет посуду*. И. Губер-

ман), с другой стороны, – романтическое, возвышающее, обожествляющее женщину (напр.: *Женщина хотя и не поэт сама, но Муза*. И. Ефремов; *Только с любовью к женщине рождаются красивые дети, творятся великие дела и не пропадает желание жить...* Э. Севрус; *Женщина – это любовь в поисках мудрости*. В. Кротов; *Если пишешь о женщинах, то поневоле должен писать о любви*. А. Чехов). Подчеркивается взаимная потребность мужчины и женщины друг в друге (напр.: *Женщины без общества мужчин дурнеют, а мужчины без женщин – глупеют*. А. Чехов; *Идеал всякой девушки, какое бы ни было у нее образование – привлечь к себе как можно больше мужчин, как можно больше самцов, чтобы иметь возможность выбора*. Л. Толстой).

В авторских афоризмах маркируется потребность мужчины реализовать не только в любовной сфере, но и в общественной деятельности (напр.: *Женщине достаточно любить мужчину, детей и быть любимой. Мужчине сложнее. Чтобы состояться как мужчина, ему мало любви одной женщины и даже многих. Ему необходимо любимое дело, чтобы он мог творить как руками, так и головой. Иначе это не мужчина, а особь мужского пола, нередко паразитирующая на привязанности женщины*. В. Зубков; *Из всех страстей (к власти, к славе, к наркотикам, к женщине) страсть к женщине все-таки – самая слабая*. Н. Берберова).

До XX в. мужчина – это воин, земледелец, торговец и священник. Со второй половины XIX в. мужчина – это интеллигент, реализующийся в гуманитарной сфере: художник, писатель, поэт, историк, философ, критик, ученый, актер. С начала XX в. – это представитель рабочего класса, революционер, защитник отечества. В XX в. мужчина проявляет себя в политике и дипломатии. В конце XX в. мужчина – это бизнесмен.

При анализе ценностной составляющей концепта “женщина” на материале НА отмечены многочисленные изречения о внешности, возрасте, интеллекте и характере женщины. Выявлена полярная оценочность черт характера, умственных способностей и практических навыков бабы: ум – глупость, доброта – злобность, мягкость – черствость, хозяйственность – нехозяйственность, трудолюбие – лень (напр.: *С доброй женой горе – полгоря, а радость вдвойне; Злая жена – злее зла*). Зафиксировано преобладание негативных характеристик – болтливости, капризности, лживости, упрямства, лукавства, хитрости, коварства, расчетливости, спесивости, вздорности, взбалмошности, язвительности, завистливости, нетерпеливости, грозности, мятежности, грубости, неделикатности, назойливости (напр.: *С бабой не сговоришь. Бабу не переговоришь; На женский норов нет угадчика; На женские прихоти (причуды) не напасешься*). Женский интеллект, по данным НА, оценивается низко (напр.: *Волос долог, да ум короток; Велика Федора, да дура*). С мужской точки зрения подчеркивается отсутствие необходимости обладания умом у женщин (напр.: *Умную взять, не даст слова сказать; Грамотницу взять, станет праздники разбивать*).

Национальная специфика оценки женской красоты на материале НА обнаруживается в ее качественной характеристике. Оценка внешности сопровождается оценкой умственных способностей, душевных качеств и практических навыков, которым отдается предпочтение (напр.: *Не ищи жену модницу, а ищи заботницу; Выбирай жену не в хороводе, а в огороде; Красна пава пером, а жена нравом; На красивую жену глядеть хорошо, а с умной жить хорошо*). Акцентуация внимания на внешних данных характерна только при описании девицы/невесты, соответствуя стереотипным представлениям о девичьей красоте: белолицая, с бирюзовыми глазами, с соболями бровями, с длинной косой, с лебединой грудью, с грациозной походкой (напр.: *Коса – девичья краса, молодцу заноза; Девичья коса – на всю Москву (на все село) краса*); *Идет, словно павушка плывет; Из милости ступает, травы не мнет; ненароком взглянет, что рублем подарит; Из милости следком до травки-муравки дотрагивается; Грудь лебедина, походка павлина, очи соколы, брови соболя; Не стоит и гроша, да походка хороша; Набелилась, нарумянилась, насурьмилась и раздушилась*). Молодая/старая женщина оценивается полярно (напр.: *Молода годами жена, да стара норовом; У старого мужа жена молода – беда не мала; Муж стар, а жена молода – дождись детей; муж молод, а жена стара – дождись плетей*).

По материалам НА, значимым является поведение бабы/жены в хозяйственно-бытовой сфере. Баба/жена характеризуется полярно как хозяйственная/нехозяйственная, ленивая/трудолюбивая. Доминантными по данным НА являются взаимоотношения между мужем и женой. Положительный/отрицательный образ жены в НА складывается в соответствии с принципами «Домостроя» (напр.: *Женщине красота – домостройство*). Нормой признают подчинение жены мужу (напр.: *Птица крыльями сильна, жена мужем красна; Жена по муже (прозывается, получает звание и пр.); Жена при муже хороша. Без мужа не жена*). При выборе жены мужчины предпочтение отдают не богатству, а хозяйственным навыкам и нравственным качествам. Обязанности женщины/бабы на Руси сводились к ведению домашнего хозяйства, поэтому не зафиксированы народные афоризмы, отражающие социально значимую деятельность женщины/бабы.

При анализе ценностной составляющей концепта “женщина” на материале АА отмечается полярная оценочность черт характера и умственных способностей: ум – глупость, доброта – злобность (напр.: *Женщина одновременно и умна и глупа. Это делает ее таинственной и загадочной. А. Давидович; Нет на земле ничего лютее женской злобы. Д. Заточник; Нрав женщины имеют злой./Капризы, что не сладишь с ними./Чтоб избежать судьбы такой,/Останемся мы холостыми! А. Грибоедов; Да, женская душа должна в тени светиться./ Как в урне мраморной лампы скрытой луч,/Как в сумерки луна сквозь оболочку туч./И, согревая жизнь, незримая, теплится. Е. Ростопчина*).

Зафиксировано преобладание отрицательных черт характера - болтливости, лживости, коварства, злопамятности, капризности, упрямства, эгоистичности, хитрости, легкомысленности, равнодушия, жестокости (напр.:

*Женщины, как доказано, говорят быстрее и больше мужчин; неудивительно, что они быстрее и больше пишут, если берутся за это дело. Ж. Голоногова; Женщина иногда из каприза любит, но постоянно обманывает. Д. Минаев; Каприз – половая категория дамского мышления, не замеченная Кантом. В. Ключевский), по сравнению с положительными – скромности (напр.: *Всегда и везде первым женским достоинством была скромность. Н. Карамзин).**

Образ женщины по данным АА описывается на основе параметров, характеризующих ее внешность и особенности поведения в любовной сфере.

Многочисленны АА, маркирующие значимость привлекательной женской внешности для мужчин (напр.: *Удивительное дело, какая полная бывает иллюзия того, что красота есть добро. Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь, а не слышишь глупости, а слышишь умное. Она говорит, делает гадости, а ты видишь что-то милое. Л. Толстой*) и ее молодой возраст (напр.: *Чем старше женщина, тем больше мужчин ей подходит, но меньше мужчин подходит к ней. К. Мелихан; Мужчине легче отказаться от двадцатилетней связи, чем от связи с двадцатилетней. Ю. Ильин).* Привлекательная молодая женщина рассматривается как сексуальный объект (напр.: *Мужчине женщина всегда вредна: когда она хороша, она возбуждает у других желание обладать ею, а мужа своего предает мукам ревности... М. Горький).* Красота ассоциируется с молодостью, но с отсутствием ума (напр.: *Нет ничего опаснее, чем связывать свою участь с участью женщины за то только, что она прекрасна и молода. В. Белинский; Глупая красота – не красота. Взглядишь в тупую красавицу, всмотришься глубоко в каждую черту ее лица, в улыбку ее, взгляд – красота превратится мало-помалу в поразительное безобразие. И. Гончаров).* Отмечается стремление женщины выглядеть моложе и утаивание своего возраста (напр.: *Как ветхая краса, наш ветхий мир привык/Морщины прятать под румяна... М. Лермонтов; Не позволяй возрасту сесть себе на шею. Выгляди молодо. (Не молодись. Уродует). Страхивай себя налет прожитых лет. Не позволяй себе распыляться. Опускаться. Поблекнуть. С. Кронна).*

Доминирующими областями выступают фигура, походка, голос, улыбка, являющиеся средством привлечения внимания мужчин (напр.: *Нынешние женщины скрывают вес, а не возраст. Р. Тумановский; Если женщина средних лет сохранила свою девичью фигуру, хороша же она была девушкой. Ж. Голоногова; Роковые стервы не просто ходят, они несут себя, как нечто бесценное и неповторимое. Они знают: красивая, грациозная походка – их оружие, их козырь, и этим все сказано! С. Кронна; Давно замечено: счастливицам с низкими вибрирующими голосами в жизни, как в любви, везет гораздо больше. У них туча поклонников. К ним больше доверия. Они кажутся значимее и обольстительнее. И всему причиной их чарующий голос. Этакий природный дар, который творит чудеса, Голос является едва ли не первой скрипкой в искусстве влиять на людей. В особенности на мужчин. С. Кронна).* Косметика, наряды и украшения поддерживают женскую красоту. Женская красота находит внутреннее душевное выражения (напр.: *Обаяние женщины не в красоте лица, не в стройности фигуры, а в женственности.*

Женственность – это такое теплое, нежное и внутреннее состояние женщины, которое проявляется во взгляде, наивности, непосредственности в голосе, улыбке, в легкости движения тела... В. Зубков; Красота – это не просто губки-глазки, а какой-то свет, идущий изнутри. Поэтому проблема не в том, чтобы сохранить молоджавую внешность, а в том, чтобы не потерять этот лучик света. И. Алферова; Красивое – редко, но когда оно истинно красиво, оно согревает душу, как солнце, вдруг осиявшее пасмурный день. М. Горький; О, женщина./Краса земная./Родня по линии прямой/Той, первой./Изгнанной из рая./Ты носишь рай/В себе самой. В. Федоров).

По материалам АА, преобладают высказывания, отражающие взаимоотношения между мужчиной и женщиной в любовной сфере, где актуализируются ее поведение в любовной сфере, женские предпочтения в любви и особенности женской любви. По материалам АА, типичным для женщин является пассивное поведение в любовных отношениях (напр.: *Я уверена, что женщина в любви не должна быть активной. Ничего кроме срама из этого никогда не выходит. А. Ахматова; Женщина вынуждена выбирать из тех, кто ее выбрал. Т. Клейман; Женщина выбирает из выбирающих. А. Давидович*). Подчеркивается чувственная, эмоциональная природа женщин (напр.: *Истина всегда находится между двух огней – женских чувств и мужской логики. В. Беднова; Женщина мыслит сердцем, а мужчина любит головой. В. Белинский; Если женщины чувствительно говорят об уме, то мужчины обязаны умно говорить о чувствах. В. Ключевский*). Отношение женщины к мужчине является полярным: милый-немилый.

Женщина, по данным АА, раскрывается не только в любовных и семейных отношениях, но и в общественной деятельности (напр.: *Втянуть женщину в общественно-производительный труд, вырвать ее из «домашнего рабства», освободить ее от подчинения – отупляющего и принижающего – вечной и исключительной обстановки кухни, детской – вот главная задача... В. Ленин*). Меняется отношение мужчины к женщине: акцентируется внимание на духовной близости и уважительном, равноправном отношении к ней (напр.: *Необходимым условием установления нормальных отношений между мужчиной и женщиной является их духовная близость, взаимное понимание, одинаковый уровень развития. Н. Крупская; Отношение к женщине – тончайший измеритель чести, совести, порядочности, благородства, высокая школа воспитания чуткости. В. Сухомлинский*).

Раскрепощение женщины затронуло семейную и сексуальную жизнь (напр.: *Современный матриархат – это когда обществом правят не женщины, а жены. В. Голобородько; Господству патриархата наступил конец, как только женщина решила разделить с мужчиной право на сексуальную инициативу. М. Малышев*). В АА отражено появление нового типа одинокой, деловой женщины (напр.: *Одинокая женщина успешно решает свои проблемы... И. Мельникова*), занимающейся общественной деятельностью, женщины-политика (напр.: *Быть деловыми, окунуться в политическую борьбу стремятся только те женщины, у которых природа не проявила или жизнь заглушила женственность. В. Зубков; Женщины-политики у нас*

появятся реально тогда, когда проблемы власти не будут решаться в бане с водкой, пивом и девочками. И. Хакамада), с конца XX в. женщины-челнока, кормилицы семьи (напр.: ...С каким бы презрением ни смотрели новые русские на базарных торговков, на женщин-челноков, но именно они и стали кормилицами своих мужей, детей и продолжают с удивительным упорством нести свой крест. В. Зубков).

На базе аксиологической составляющей концептов “мужчина” и “женщина” по материалам народных и авторских афоризмов был выявлен гендерный сдвиг в сторону отрицательной оценки черт характера и интеллекта женщин по сравнению с мужчинами.

В заключении диссертации излагаются основные результаты предпринятого исследования и намечаются пути дальнейшего изучения аспектов данной темы.

Предпринятое исследование бинарных концептов “мужчина” и “женщина” на материале афористики позволило рассмотреть глубинные прототипические процессы, лежащие в основе формирования языковой и концептуальной картин мира русского лингвокультурного сообщества.

В результате проведенного исследования была подтверждена гипотеза о том, что концепты “мужчина” и “женщина” отражают национально-культурные представления о мужчине и женщине, сложившиеся в русской лингвокультуре, которые включают не только национальный, но и социально-культурный компоненты.

Выявлена и описана динамика развития общекультурных представлений о мужчине и женщине. Если в народных афоризмах мужчина (*мужик*) предстает как муж, глава семьи и рачительный хозяин, то мужчина в авторских афоризмах – это представитель творческой интеллигенции, политический деятель, бизнесмен, человек с активной жизненной позицией. Мужчина раскрывается во взаимоотношениях с женщиной в любовной сфере, которая приобретает для него особую значимость. Мужчина для женщины – это друг, партнер, любовник. Сложился тип мужчины-интеллигента, мужчины-политика, мужчины-бизнесмена. Если женщина (*баба*) в народных афоризмах, в первую очередь жена, имеющая подчиненное положение в семье, и хозяйка, ведущая дом, то в авторских афоризмах женщина – это равноправный член общества, занимающаяся общественной деятельностью, политикой. Женщина для мужчины – это любовница, муза, жена. Сложился тип деловой женщины, женщины-политика, одинокой женщины.

Определены стереотипные представления о мужчине и женщине, зафиксированные в русской языковой картине мира. По материалам народных афоризмов русский мужик – ленив, но хозяйственен, строгий муж (бьет жену), защитник; русская баба – это болтливая, глупая женщина, злая и скандальная жена, но хорошая хозяйка. По материалам авторских афоризмов русский мужчина – это интеллектual, ловелас, завоеватель (женщин), двигатель прогресса; русская женщина – эмоциональна, глупа, расчетлива, но источник мужского вдохновения.

Дальнейшие перспективы исследования мы видим в описании базовых концептов культуры на материале других литературных жанров и различных

типов дискурса. Перспективным также представляется более детальная разработка зоны прецедентности и ассоциативного поля данных концептов в русской лингвокультуре.

Отдельная область исследования может быть связана с сопоставительным описанием концептов “мужчина” и “женщина” в различных лингвокультурах, в частности, русской, осетинской и одной из европейских.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

Статьи в журналах, рекомендованных ВАК

1. **Чехоева Т.С.** Прагматика личных имен в народных афоризмах / Т.С.Чехоева // Вестник ЧелГУ. №36 (137). Филология и искусствоведение. Выпуск 27. – Челябинск: ЧелГУ, 2008. – С. 148-152 (0,3 п.л.).

Статьи и тезисы докладов в сборниках научных трудов

2. **Чехоева Т.С.** Афоризмы: к дефиниции понятия / Т.С.Чехоева // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. Межвузовский сборник научных трудов / Под ред. докт. филол. наук Т.Ю.Тамерьян. – Выпуск IX. – Владикавказ: Изд-во СОГУ, 2007. – С. 67-72 (0,3 п.л.).

3. **Чехоева Т.С.** Функциональные характеристики афоризмов / Т.С.Чехоева // Бюллетень Владикавказского института управления №22. Материалы IX межвузовской научно-практической конференции «Человек, государство, общество: традиционные проблемы и новые аспекты». – Владикавказ: Владикавказский институт управления, 2007. – С. 202-211 (0,6 п.л.).

4. **Чехоева Т.С.** Основания оценочной классификации высказываний-афоризмов / Т.С.Чехоева // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов: материалы Второй Междунар. науч. конф.: в 2 т. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, Т. 1, 2007. – С. 413-418 (0,3 п.л.).

5. **Чехоева Т.С.** Семантический аспект афоризмов / Т.С.Чехоева // Коммуникативная парадигма в гуманитарных науках. Материалы XI международной научной практической конференции. – Ростов/н/Д: РУИЯ, 2007. – С. 386-389 (0,2 п.л.).

6. **Чехоева Т.С.** Афоризмы как способ отражения национальной ментальности / Т.С.Чехоева // Мир, язык, человек. Материалы международной научно-практической конференции. – Владимир: ГОУ ВПО «ВГТУ», 2008. – С. 152-154 (0,1 п.л.).

7. **Чехоева Т.С.** Дифференциация афоризмов и других текстов малой формы / Т.С.Чехоева // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. Сборник научных трудов. Выпуск X / Под ред. докт. филол. наук Т.Ю.Тамерьян. – Владикавказ: Изд-во СОГУ, 2008. – С. 54-59 (0,3 п.л.).

8. **Чехоева Т.С.** Смысловая структура афоризма / Т.С.Чехоева // Язык. Текст. Дискурс. Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г.Н.Манаенко. Выпуск 6. – Ставрополь-Краснодар: АПСН: Кубанское региональное отделение, 2008. – С. 328-331 (0,2 п.л.).

9. **Чехоева Т.С.** Антропонимы в авторских афоризмах / Т.С.Чехоева // Информационно-коммуникативная культура: наука и образование. Сборник

статей / Под ред. Первиль Т.Г., Маевской И.М., Шведовой С.В. и др. – Ростов/н/Д, 2008. – С. 60-63 (0,2 п.л.).

10. Чехоева Т.С. Ценностное содержание концепта “мужчина” в народных афоризмах / Т.С.Чехоева // Актуальные проблемы коммуникации и культуры – 7. Выпуск 7. Международный сборник научных трудов. – Москва–Пятигорск: ПИЛУ, 2008. – С. 440-447 (0,5 п.л.).

11. Чехоева Т.С. Аксиологичность афоризмов / Т.С.Чехоева // Лингвистические чтения – 2008. Цикл 4. Материалы научно-практической конференции. – Пермь: ПСИ, 2008. – С. 229-231 (0,1 п.л.).

Подписано в печать 19.11.2009. Усл. п.-л. 1,4. Тираж 100 экз. Заказ № 132.
Издательство Северо-Осетинского государственного университета
имени К. Л. Хетагурова, 362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 46.

10-